

Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi confirmó sanción contra Entel Perú S.A, por publicidad engañosa, al ofrecer WhatsApp ilimitado sin saldo y sin recargas

✓ **La entidad multó a dicha empresa con 286,24 UIT.**

La Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi confirmó la sanción de primera instancia, que impuso una multa de 286.24 UIT (unidades impositivas tributarias), a Entel Perú S.A., por emitir publicidad engañosa, al difundir una campaña publicitaria cuyo mensaje principal indicaba que *“todos los usuarios y potenciales usuarios de Entel tienen acceso a la promoción de WhatsApp ilimitado sin saldo y sin recargas, hasta el 31 de diciembre de 2015”*, lo cual no resultó ser veraz.

Según el artículo 8.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal -aprobada mediante el Decreto Legislativo 1044 – se prohíbe que los agentes económicos realicen actos que tengan por efecto, real o potencial, inducir a error al consumidor, respecto de las características o condiciones de los bienes o servicios que ofrecen en el mercado, o de los atributos que tiene su negocio.

La decisión de la Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi determinó que Entel Perú S.A. incurrió en actos de competencia desleal, en la modalidad de engaño, pues, contrariamente a lo anunciado en su campaña publicitaria, se verificó que, en realidad, dicha promoción presentaba las siguientes condiciones y restricciones:

- Para acceder a dicha promoción, el usuario prepago debía efectuar, necesariamente, una recarga mínima de S/. 5 (cinco soles), que le permitiría activar la denominada “Superyapa”, o adquirir el paquete denominado “Superbolsa”.
- La promoción no tenía una duración hasta el 31 de diciembre de 2015 para el usuario prepago, sino que duraba un día, en el caso de la recarga “Superbolsa”, y tres días, para el caso de la recarga “Superyapa”.
- Finalmente, a diferencia de lo indicado en el mensaje principal de la campaña publicitaria, dicha promoción no estaba dirigida para todos los usuarios postpago, sino para aquellos con planes iguales o mayores a S/ 39 (treinta y nueve soles). Los usuarios postpago que tenían planes menores a ese monto, debían contar, obligatoriamente, con un saldo mínimo o realizar recargas.

La Sala precisó que, si bien las promociones publicitarias pueden tener condiciones y restricciones, estas no pueden contradecir el mensaje principal contenido en la publicidad difundida; situación presentada en este caso, lo que perjudicó las expectativas de los consumidores prepago y postpago que no pudieron acceder a la mencionada promoción.

Con este pronunciamiento se concluye el procedimiento en el ámbito administrativo del Indecopi.

Lima, 07 de agosto de 2017

Misión del Indecopi

Defender y promover la libre y leal competencia, la Propiedad Intelectual y los derechos de los consumidores, en beneficio de los ciudadanos, las empresas y el Estado, de manera eficiente, predecible y confiable.

Para mayor información:
prensa@indecopi.gob.pe
2247800 anexos: 5011 - 5016
Síguenos:
Indecopi Oficial     **Radio INDECOPÍ**
www.indecopi.gob.pe/radio